

编者按

在广袤的赣鄱大地,有这样一群追光青年。他们有的告别城市繁华,回归山野故土逐梦前行;有的深耕乡土工坊,以匠心守护传承传统技艺。青春扎根田野,奋斗点亮乡村。为定格每一束耀眼的青春光芒,我们推出《追光人》栏目,记录这群青年奋力奔跑的故事,聆听他们前行路上的思索与成长。



她用镜头打造了一个『乡村梦工厂』 土灶台边，

本报全媒体记者 胡萍 钟海华 吴文萱

7月31日,清晨6点。天光初亮,田间的荷塘泛起层层碧波。短视频美食博主“雷蕾酱”已经起身,对着镜子描眉化妆,换上漂亮的衣服,匆匆出门。

她在乐安县罗陂乡云下村的老家建了个直播基地。每到直播的日子,就早早从县城开车往村里赶。车窗外,晨风拂过成片的荷塘。50分钟后,车子驶进云下村,停在直播基地的小院前。

“今天又收了1200多斤莲子,每次收到好莲子都很开心。”院子里,地上摆放着一盆盆收购来的新鲜莲子,加工车间里清洗机、剥壳机、烘干设备一字排开。

直播间里,一个个莲蓬码放得整整齐齐。“雷蕾酱”弯腰摸了摸,确认没打蔫,又转身检查灶台上的食材。10点,直播灯亮起,“无添加、不漂白、不熏硫……”她拿起手卡,对着镜头推荐家乡的莲子。这一站,就是3小时,几乎不休息。她说:“这两个月正是莲子上市的季节,每天忙得像陀螺,但能有这份工作我很知足。”



人物名片:

雷海霞,畲族人,95后,乐安县罗陂乡云下村人,短视频创作者,注册账号“雷蕾酱”,全网粉丝超700万。她带动当地白莲子、葛根粉、红薯粉等农产品销售,并建立食品加工厂帮助村民就业,获得过“2020中国助农直播带头人”、2023年百县百款“土特产”活动首席推介官等称号。



记录生活的工地做饭妹

“我能不能也当个‘创客’”

谁能想到,这个对着镜头侃侃而谈的女子,曾经是工地上的一个做饭妹,后来又只身到外地摆摊卖早点,经常窘迫到连买菜钱都掏不出来。

她叫雷海霞,畲族人,95后。因为姓雷,主要卖酱料,所以账号起名“雷蕾酱”。

2018年,雷海霞跟着丈夫来到外地的建筑工地打工。丈夫做水电工,她给人做饭,每月能挣4500元。闲时刷手机,她看到许多普通人通过短视频记录生活,没有精致的妆容,没有专业的设备,照样有人看、有人打赏,还能带货。

一个想法在心里萌生:短视频可以赚钱,别人能行,我不能也试试?

觉得自己性格内向,不适合玩视频的雷海霞,迈出从“看客”到“创客”的第一步。第一条视频拍的是切菜。最开始她不好意思让人看见,不敢拍外景,只敢记录自己切菜的背

影。不会打光,不懂分镜,连布景是什么都不知道。画面黑乎乎的,只剩个模糊的轮廓。发出去,几乎没人看。“那时候啥也不懂,就凭着一股劲。”她笑着说。

继续拍,继续发,记录的都是工地上的生活日常。一天,她穿着一条好看的碎花裙子在灶台前做饭,简陋的工棚和鲜亮的裙摆形成了奇妙的对比,这条视频意外地火了,居然有几十万的流量。

有网友提示:衣服不要穿得太随意。她开始复盘,一条条视频对比、琢磨:差距在哪,标题好不好?封面抓不抓人?背景音乐合不合适?一点点揣摩,“一定要有反差。一个年轻女子,在工地做大锅饭,如果再加上漂亮的衣服,这种反差,容易激发大家的好奇心。”雷海霞说。之后,每次拍做饭视频,雷海霞就在服装和妆容上花心思,把自己打扮得美美的。

返乡创业的美食博主

“我不是主角,想做真正有价值的内容”

子榨菜”式的视频,做些真正有价值的内容。”雷海霞说。

她把重心转向美食教程,为此,专门在直播间搭起了一个农村土灶台。她的路子走得“极端”。要么极简:比如用矿泉水瓶做雪糕,让新手1分钟上手。要么极繁:为做好一款鲜椒牛肉酱,她买来本地黄牛肉,切、卤、熬,反复调试十几次。不靠仪器,就用舌头尝味道,用眼睛看火候。关火、灌装、抽真空,每一步都反复琢磨,直到满意了,才写下配方。

说着,她又打开手机里保存的一段视频给我们看:画面里她正做咖啡拉花,牛奶在咖啡液面上缓缓漾开,一朵花渐渐成形。

“做咖啡拉花,我自己闷头练了几十遍,直到拉出满意的图案才开拍。不能让人笑话,这个农村人连咖啡都没喝过。”每一期教程里,她把自己踩过的坑原原本本写

出质疑声跟着涌来。“一看就是装样子”“拍完就开豪车走了”“是城里人包装的”……大量的这类评论,让她心里堵得慌,后来索性屏蔽“噪音”,一门心思扑在做好内容上。“我的目标很明确,涨粉、变现,把日子过得更好。”半年间账号涨了12万粉丝,可那时流量并没有带来多少收益。

工程结束后,夫妻俩回到老家。刚回村那阵,她迷茫过。想摆摊又怕在本地碰见熟人抹不开面子,只身跑到邻市,租了一间十几个平方米的小屋,买了一辆一天要充三四次电的二手三轮车,到附近学校门口摆摊卖早餐饭团。凌晨4点起床,备菜、出摊,晚上回到出租屋直播,跟粉丝聊天、卖自制的辣椒酱,每天睡眠时间只有三四个小时。酱卖出去一些,但终究没太大起色。2019年下半年,交不起房租了,她便再次回到家乡。

出来,“失败了就是失败了,把教训说出来,别人就不用再走弯路。”

熬夜剪辑更是家常便饭。困了就好闹钟,在沙发上躺一两个小时,起来接着干。“不敢睡太舒服,怕万一睡过头了。”几年间,她发布了700多条视频,粉丝涨到700多万。

有了流量和口碑,雷海霞想,怎么让乡亲们一起参与进来?2025年,她和丈夫办起了食品加工厂,注册江西雷元素食品有限公司,取得SC食品生产许可证。她把调试好的鲜椒牛肉酱配方手把手教给村民,站在灶台边看着他们一步步做,直到出锅的味道和自己做的一模一样。“我得确保乡亲们拿到配方就能做出来、卖得出去。”

如今这款牛肉酱在网上依然畅销。今年这款产品还参加了在北京举办的江西乐安绿色农产品推介活动。

不想当“网红”的造梦人

“我们要为老乡卖货”

斤莲子,莲子相关产品销售额达450万元,今年预计能卖到2万斤。另外,还生产销售野生葛粉7000多斤、红薯粉1000多斤。“我们的账号定位就是为老乡卖货,大部分原材料都是从老乡那里收的,他们种得好,我才能卖得好。”她说。

车间里,几个妇女围坐成圈,麻利地分拣烘干好的莲子,屋子里洋溢着欢声笑语。高峰时村里十七八个妇女在这里干活,每人每月能赚到二三千元。

58岁的本地村民罗满连抬起头,冲我们笑着说:“我在这里做了好几年,一天120元,中午骑车5分钟就能回家做饭,顾得了家还能赚钱。”

“卖莲子跟账号广告收益比起来,其实利润不算高,”雷

“对于当时景区的运营,那笔授信真是雪中送炭啊!”8月26日,回忆起去年底成功获批授信时的心情,武宁桃花源旅游股份有限公司负责人孙中华依旧感慨不已。

2009年,孙中华来到武宁投资开发桃花源景区。十余年来,累计投入近2亿元用于景区建设运营,将景区打造成了武宁生态旅游的一张特色名片。但作为中小型文旅经营主体,景区固定资产占比偏低,虽有升级设施、优化景观、丰富业态的发展规划,仍受制于文旅行业投资大、周期长、回报慢的特性,加之景区轻资产的运营特点,可抵押固定资产匮乏,企业始终难以获取大额金融授信。

转机出现在2025年年底。依托武宁县创新推出的绿色信贷模式,孙中华以林业经营收益权证为抵押,成功获批500万元金融授信,有效破解了景区资金短缺的发展难题。

武宁县山林繁茂、碧水绕城,优质的生态资源、秀美的山水风光,是当地文旅产业高质量发展的生态底色与核心优势。但长期以来,优质生态资源面临“价值难变现、资源难赋能”的尴尬局面。为唤醒沉睡的生态资源,打通绿水青山向金山银山的转化通道,武宁紧扣林业、文旅产业发展特性,量身打造多元化绿色信贷体系,将无形的生态价值、经营收益转化为可落地、可变现的金融资产,精准为县域文旅企业纾困解难、赋能提质,创新推出“GEP贷—收益权质押”融资模式,打破了传统贷款仅认可不动产抵押的壁垒。

该模式的核心是为绿水青山量化估值、定价赋能。针对县域文旅企业“生态优、资产轻、潜力大”的发展现状,武宁县通过科学核算景区生态系统生产总值(GEP),将优质生态资源转化为可评估、可质押的合规资产,同时叠加景区未来经营收益权增值,构建起全新的生态融资体系,为中小型生态景区精细化运营、特色化发展筑牢资金支撑。

如果说“GEP贷”为中小文旅企业送去发展“及时雨”,那么组合式增信模式,则为成熟大型景区的迭代升级按下了“加速键”。据武宁县旅游产业开发有限公司融资财务部负责人曾志芳介绍,鲁溪洞景区作为武宁老牌核心景区,文旅底蕴深厚、市场口碑良好、客流客源稳定,具备打造示范性文旅项目的坚实基础。但景区大规模景观改造、设施更新等,需要持续性、大额资金投入。

对此,当地林业部门和金融机构联手,因地制宜、精准施策,创新推出“固定资产+门票收益权”组合增信模式。一方面盘活景区现有固定资产,夯实融资基础;另一方面拓展景区长期稳定的经营性收益,将未来客流红利转化为当下发展资金。

双重增信赋能之下,鲁溪洞景区获批9000万元大额金融支持。充足的资金保障,将助力景区全面推进溶洞景观提质、游乐设备更新、研学业态开发、配套服务升级,让老牌文旅景区焕发全新生机与活力。

“自2024年起,武宁县便率先探索林业经营收益权质押融资新模式,目前已累计发放110余本林业经营收益权证,覆盖林地面积12.62万亩。”武宁县林长制服务中心主任王法介绍,传统林业贷款仅认可林权、地上固定建筑物等作为抵押,已然无法适配新时代林业、文旅产业的高质量发展需求。为此,武宁县创新探索林业未来经营收益确权机制,将林下经济、森林康养、森林旅游、林业碳汇等新兴业态收益权纳入质押范畴,积极对接金融机构打通授信通道,破解了文旅企业“有资源难融资、有前景缺资金”的痛点。

如今,武宁县已经实现了生态价值的可视化、可评估、可质押、可变现,拓宽了林业、文旅产业融资渠道,让无形的生态优势,变为有形的发展优势。潺潺金融活水持续滋养绿水青山,为文旅产业振兴注入强劲动能。

畲寨新韵

胡 娟 本报全媒体记者 杜金存

傍晚,吉安县敦城镇禾水畲族村的文化广场热闹起来了。随着路灯一盏盏亮起,村民陆续赶来,有的围坐闲谈,有的伴着音乐跳起广场舞。尤其是逢年过节,锣鼓敲得震天响,大伙聚在一起打糍粑、写春联,欢声笑语不断。很难想象,几年前这里还是个藏在深山、出行不便、环境脏乱差的偏僻村寨。

早年间,这座畲寨山高路远,进出一趟很不方便。村里人大多只有几亩地,守着一整片青山,却很难赚到稳定收入,年轻人纷纷往外跑。

变化,源自当地建强村党支部。今年33岁的村党支部书记吴发根,原来在城里做生意,事业做得风生水起。两年前,他毅然回村,带领乡亲谋发展。和他搭班子的支委,既有返乡创业的年轻人,也有懂经营的致富能手。平日常,村干部挨家挨户串门,和村民拉家常,谁家遇上难处,都主动搭把手,对政策也都是掰开揉碎了用大白话讲给大家听。

禾水畲族村以和美乡村建设为契机,推动村容村貌全面提升,申请基础设施建设、民生工程12个,涉及项目资金106万元,通过党员带头示范、群众投工投劳、商会助力,全力推进道路硬化、环境净化、村庄绿化、庭院美化等基础设施建设。融入畲族特色元素,打造民族文化墙、主题广场、乡村微景观。村里的民族团结文化广场和“红石榴”议事亭,不仅能办民俗活动,还是邻里之间坐下来解决矛盾的好地方。畲族村民蓝加平感触很深:“广场建好之后,畲族汉族乡亲凑在一块,就跟一个大家庭一样,相处十分和睦。”

光有好环境还不够,想留住人、过上好日子,还要有稳定产业。禾水畲族村锚定生态禀赋,以集体林权制度改革为突破口,打响山林“盘活战”。摒弃过去单一传统种养模式,村党支部牵头探索“村集体+经营大户”模式,争取资金12万元建设100亩林下经济“竹笋两用”示范基地,通过政策引导与技术指导,辐射周边农户发展养蜂近600箱,养殖蛋鸡6000羽、肉牛80头,村民户均增收1万元以上。村干部打通线上线下销售渠道,让“山里好物”走出大山。曾经的深山密林变成畲族村民的“聚宝盆”。同时,该村把民族民俗文化作为发展的宝贵资源,打造“红韵畲风”特色品牌,培育农事体验、民俗研学等新业态,推动农文旅深度融合。

禾水畲族村既守住了村寨乡土韵味,又补齐了民生短板,实实在在地提升了群众的幸福感与获得感。村民史红梅说:“过去村内道路坑洼不平,乱搭乱建、污水乱排、杂物乱堆,如今,村里环境好了,我们每天晚上都去跳广场舞,生活非常充实。”

如今,这个山中小寨路通了、产业活了,大家齐心向前奔,在青山绿水之间把小日子过得有滋有味。

秀美风景『贷』来真金白银

徐红波 本报全媒体记者 周涔